

حماية مصلحة المستهلك في ظل المنافسة الحرة

Protecting the consumer's interest in the context of free competition

ط.د أحمد مريشة⁽¹⁾ * أ.د . نادية والي⁽²⁾

⁽¹⁾ ⁽²⁾ كلية الحقوق والعلوم السياسية، مخبر "الدولة والإجرام المنظم: مقارنة قانونية وحقوقية بأبعاد اقتصادية واجتماعية، جامعة البويرة، البويرة 10000، الجزائر.

⁽¹⁾ a.mericha@univ-bouira.dz ⁽²⁾ n.ouali@univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2024/11/12؛ تاريخ القبول: 2025/05/27؛ تاريخ النشر: 2025/06/07

ملخص:

تحقيق المنافسة الحرة في السوق يعتمد على احترام قواعد الممارسات التجارية بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين والعمل على تفعيل الآليات الرقابية من أجل ضبط السوق ويتجسد ذلك من خلال مكافحة مختلف الجرائم الاقتصادية ومحاربة الممارسات المنافية للمنافسة التي من شأنها تقييد المنافسة في السوق حيث ينصرف قانون المنافسة إلى ضبط وتنظيم العملية التنافسية وتحقيق نزاهة وشفافية الممارسات التجارية والتي تؤدي إلى ضمان حماية قانونية للمستهلك لمختلف معاملاته التجارية.

كلمات مفتاحية: العون الاقتصادي؛ المستهلك؛ المنافسة؛ الممارسات التجارية؛ العملية التنافسية.

Abstract:

Achieving free competition in the market depends on respecting the rules of business practices between different economic operators and working to activate controle mechanisms to regulate the market and this is achieved by combating various economic crimes and fighting anti-competitive practices that restrict competition in the market ; as the

competition law aims to regulate competitive process and achieve transparency of business practices, which leads to ensuring legal protection for the consumer for this various commercial transactions.

Key words: Economic agent; Consumer; Competition; Business; Practices; Competitive process.

المقدمة:

انطلقت الجزائر منذ عام 1988 في تبني برنامج لإعادة هيكلة الاقتصاد يعتمد بالأساس على التحول من نظام الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق الحر للحاق بقاطرة الاقتصاد العالمي الذي يركز على حرية المنافسة، وفي هذا الإطار انتهجت الدولة العديد من الإصلاحات التي تهدف إلى تنمية مختلف القطاعات الاقتصادية وجذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية المباشرة وتحقيق الرخاء الاقتصادي بصفة عامة، وذلك عن طريق إدخال إصلاحات اقتصادية جذرية، كرسها فيما بعد دستور 1996، الذي نص في مادته 37 على حرية التجارة والصناعة.

وإذا نظرنا إلى مختلف النصوص القانونية، نجد أنها تشير إلى عدم توافق أطراف العلاقة التجارية ويبقى العون الاقتصادي الطرف القوي في هذه العلاقة نظرا لما يتمتع به من كفاءات ومهارات في المجال التجاري تجعله يكتسي مكانة رفيعة مقارنة بنظيره المستهلك، لذلك لم يكتف المشرع بما ورد في القانون رقم 89-02⁽¹⁾ المؤرخ في 07/02/1989، المتضمن قواعد حماية المستهلك، الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المعدل والتمم، وجعل حماية المستهلك أحد الأهداف الرئيسية لقانون المنافسة.

وعلى الرغم من أنّ مصالح المستهلك تعد إحدى أولويات قانون المنافسة، باعتبارها الهدف الاجتماعي الذي يسعى لتحقيقه، فإن الهدف الاقتصادي الذي يسعى قانون المنافسة لتحقيقه، قد لا يتماشى دائما معه.

تُثار إشكالية هذا الموضوع حول مدى قدرة قانون المنافسة على حماية مصلحة

(1)- قانون 89-02 المؤرخ في 07/02/89، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 06 لسنة 1989، الذي ألغيت أحكامه بقانون 09-03 المؤرخ في 25/02/09، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، مؤرخة في 08 مارس 2009، معدل ومتمم.

المستهلك في ظل اعتماد مبدأ المنافسة الحرة، الذي يقوم على تقليص التدخل في السوق وتشجيع المبادرة الاقتصادية. فإلى أي حد يمكن تحقيق التوازن بين حرية المنافسة كمحرك للسوق، وبين ضمان حماية فعالة لحقوق المستهلك ومصالحه الاقتصادية؟ وذلك ما سنتناوله من خلال التطرق إلى التوفيق بين حرية المنافسة وحماية المستهلك ثم حماية المستهلك من الآثار السلبية للمنافسة الحرة.

المحور الأول: التوفيق بين حرية المنافسة وحماية المستهلك

تبرز العلاقة بوضوح بين حرية المنافسة في السوق وحماية المستهلك من خلال تأثير قانون حماية المستهلك على قانون المنافسة في موضوعات كثيرة، منها تطبيقهما على محاربة الممارسات المخلة بقواعد المنافسة الحرة والمضرة بالمستهلك في آن واحد، لا سيما منها كيفية عرض وتسويق المنتجات والخدمات وضبط النشاطات الوسطية بين المحترفين والمستهلكين⁽¹⁾، لكن العلاقة السابق ذكرها، تقتضي أن تلعب المنافسة الحرة دورها في السوق، وذلك عن طريق تحقيق الأهداف الاقتصادية للمنافسة الحرة في الوقت ذاته، الغايات الاجتماعية لحرية المنافسة.

الفرع الأول: الأهداف الاقتصادية للمنافسة الحرة

تُعَدّ المنافسة الحرة إحدى الركائز الأساسية للاقتصاد الحديث، حيث تسهم في تعزيز الكفاءة الاقتصادية، وتحفيز الابتكار، وتحقيق التوازن بين العرض والطلب. تقوم هذه المنافسة على مبدأ حرية دخول وخروج الفاعلين الاقتصاديين من السوق دون قيود احتكارية، مما يؤدي إلى تحسين جودة السلع والخدمات بأسعار تنافسية.

ومنه نتجت هذه الإصلاحات الاقتصادية المشار إليها بإصدار العديد من النصوص التشريعية تجسيدا للتوجه الجديد، من بينها القانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك في بداية الأمر، لكن بالرغم من صدور هذا القانون سنة 1989 إلا أن تطبيقه بقي مرهونا بصدور نصوص قانونية أخرى مكلمة له، من شأنها أن تسمح له بأن يتجسد في أرض الواقع؛ لذلك كان من الوجوب انتظار سنة 1995 لصدور قانون المنافسة والذي ألغيت

(1)- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2000، ص 22.

أحكامه بموجب الأمر 03-03⁽¹⁾، والذي تم تعديله مرتين، بموجب القانون 08-12⁽²⁾، ثم القانون 10-05⁽³⁾، حيث يبدو أن هذه النصوص جاءت من أجل تحقيق الرقي الاقتصادي حظر الممارسات المقيدة للمنافسة والاحتكارات.

أولا- تحقيق الرقي الاقتصادي:

قد لا تتحقق الأهداف المرجوة من المنافسة الحرة إذا لم توضع لها ضوابط، فقد وضع الأستاذ «Franc.s.walker» تعريفا للمنافسة بأن لها علاقة تبعية من أجل تحقيق المصلحة الذاتية للمتعاقل الاقتصادي خلال مراحل العملية التجارية⁽⁴⁾. ويمكن أن نستنتج من هذا التعريف أن أي شخص يعمل لمصلحته الذاتية في التبادل والتداول، بغية الحصول على أقصى منفعة من غيره ويعطي أقل شيء للآخرين، وتحيل هذه الفكرة إلى ضرورة إعلاء وسيادة حرية التفاوض أو حرية التعاقد القائمة على مبدأ تنازع المصالح في العقود.

كما يذهب شريحة من الفقهاء إلى تحديد معايير للتنافس بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين حيث يمكن وجود وضعيات احتكارية أو منافستية لما يتعلق الأمر بفئة قليلة من المتعاملين الاقتصاديين لأن كل متعاقل اقتصادي يحاول تسويق وعرض منتوجاته ذات الجودة العالية وبأسعار منخفضة أما باقي القطاعات التجارية الأخرى التي تحتوي على مجموعة واسعة من المتعاملين الاقتصاديين تشكل تكتلات احتكارية في السوق من شأنها أن تتحكم في قنوات التسويق ومسار المنتوجات ومستويات الأسعار وقد تؤدي إلى اتفاقات مفادها بيع سلع وبضائع بنفس الأسعار محددة مسبقا بطريقة صريحة أو ضمنية⁽⁵⁾ وبالتالي

- (1)- أمر رقم 03-03 المؤرخ في 03/07/19، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43، الصادرة بتاريخ 20/07/2003. المعدل والمتمم بقانون 12/08، مؤرخ في 25 يونيو 08، يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36، مؤرخة في 2 يوليو 2008.
- (2)- قانون رقم 08-12 المؤرخ 25 جوان 2008، المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19/07/2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43، مؤرخة في 20 يوليو 2003.
- (3)- قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 مؤرخة في 18 أوت 2010.
- (4)- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري: دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة دكتوراه دولة في القانون، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق، تيزي وزو، 2004-2005، ص 153.
- (5)- الموسوعة العربية العالمية من الموقع: <http://www.mawsoha.net> تم الاطلاع يوم 08 أكتوبر 2024 على

الساعة 21:00

فقد أوضح البعض من علماء الاقتصاد أن المنافسة الحرة ما هي إلا تزاخم بين التجار في اجتذاب العملاء، وترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات والخدمات ضمانا لازدهار التجار ازدهاراً يؤدي إلى بقاء الأصلح⁽¹⁾

إضافة إلى ذلك يتبارى التجار والمنتجون في صنع أو ترويج سلعة معينة، لا تعود بالمنفعة إلا إذا ظلت بأفضل الشروط وتخدم حاجة الزبائن، فتعمل على اجتذاب أكبر عدد من المستهلكين لها. والمنافسة بهذا الشكل تحقق أكثر خيرا ونفعاً لأنها توفر التوازن بين الإنتاج والاستهلاك. إلا أنها لا تحدث هذه المنفعة إلا إذا ظلت في نطاقها المشروع. ولعله من نافلة القول أن البعض من علماء الاقتصاد مثل جوزيف شومبيتر يرون أن المنافسة تتمثل في التسابق بين المؤسسات من أجل تحديد واختيار أفضل المتعاملين.

ومن جهته، عرف آدم سميت «Adam Smith» المنافسة بأنها " تعبير عن نوع معين من سلوك أو بالأحرى استعداد ذهني"⁽²⁾، وبذلك تكون المنافسة الحرة مفيدة في ذاتها، إذ تؤدي آثارها وبصفة طبيعية إلى استفادة الجميع وليس البعض فقط، والاعتماد على مبدأ حرية إنشاء واستغلال المؤسسات مما يؤدي تلقائيا إلى نجاح المتعاملين الاقتصاديين ليتم تحقيق المنفعة العامة والصالح العام في نهاية المطاف.

وإذا كانت مثل هذه الآراء تبين أن الحوصلة النهائية للمنافسة الحرة، هي الكفاح بين الأعوان الاقتصاديين المتماثلة أعمالهم من أجل الحصول على أكبر حصة ممكنة في السوق فهي بذلك لا تتلاءم مع الطرح القانوني للمنافسة.

لذلك فإن مختلف التشريعات تحدّد الأهداف والغايات الاقتصادية المنتظرة من قانون المنافسة، ومنها التشريع الجزائري، حيث أنّ الأمر 95-06 ذكر في مادته الأولى أنه يعمل على تنظيم المنافسة الحرة وترقيتها من أجل تحقيق الفعالية الاقتصادية وهذا بقصد تحسين معيشة المستهلكين ويبقى المستهلك الطرف الضعيف في المعادلة الاقتصادية أين نجد معظم النصوص القانونية تضمن له حماية قانونية في شتى المجالات

(1)- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية: (دراسة مقارنة)، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 16.

(2) بوالخضرة نورة، مبدأ المنافسة الحرة في القطاع المصرفي الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص (تخصص الإصلاحات الاقتصادية)، جامعة جيجل، كلية الحقوق، 2005-2006، ص 49.

لا سيما في مجال شفافية ونزاهة الممارسات التجارية⁽¹⁾ وقد حل محله الأمر رقم 03-03⁽²⁾ الذي أبقى على نفس الأهداف مع تعديل طفيف وأضاف في مادته الرابعة أن الأسعار المطبقة على السلع والخدمات تخضع لقواعد المنافسة في السوق وإن توفر قواعد المنافسة في السوق ضماناً فعلية لتحديد أسعار مختلف السلع والخدمات وما يلاحظ على هذا الأمر أنه اهتم بتحرير الأسعار وتشجيع المنافسة وحمايتها، إضافة إلى محاولته تحقيق غايات أخرى كحماية الأعوان الاقتصاديين وحماية المستهلكين.

ويمكننا القول إن ما جاء به هذا القانون يعتبر إحدى ركائز نظام الاقتصاد الحر (اقتصاد السوق)، الذي لا تتدخل فيه الدولة إلا بطريقة غير مباشرة، كما أنه يعتبر نتيجة منطقية للمبدأ الأساسي السائد والقاضي بحرية التجارة والصناعة، غير أن هذا النظام يعترف للدولة بدور معين في تحديد الأسعار وذلك بتقييد المبادئ العامة لحرية الأسعار⁽³⁾ كما سنرى لاحقاً.

ثانياً- حظر الممارسات المقيدة للمنافسة:

تتحقق المنافسة بحظر كل فعل من شأنه إعاقة التجار، ذلك أن المنافسة تتعطل عند إعاقة التجار كإلزامهم بعدم المنافسة، إذ تنشأ أساساً بتكريس الاحتكار⁽⁴⁾، وهو ما يعبر عنه عادة بالمنع التشريعي للمنافسة، أو المنافسة غير القانونية، والتي تختلف عن المنافسة المنافية للعقد. ومناطق التمييز الأساسي بين الالتزامين هو أن المنافسة المنافية للقانون نجد مصدرها في نصوص قانونية وتنظيمية متفرقة، فالمرجع عادة ما يسنّ قواعد قانونية تمنع المنافسة في بعض القطاعات، أو تجعلها موقوفة على توفر شروط أو مؤهلات⁽⁵⁾، بينما نجد المنافسة المنافية للعقد مصدرها إرادة الأطراف.

وعلى حسب "لوردبنغ" فإن أي عنصر من أفراد المجتمع له الحق في استغلال أي

(1)- انظر، أمر 95-06.

(2)- انظر، أمر 03-03.

(3)- محمد محسن النجار، الضمانات القانونية للعاملين في ضوء التخصص، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2000، ص 40.

(4)- زينة غانم عبد الجبار الصفار، مرجع سابق، ص 17.

(5)- بو الخضرة نورة، مرجع سابق، ص 14.

مشروع بالطريقة التي تتناسب مع مصلحته الشخصية ضمن الأطر القانونية⁽¹⁾.

وهكذا فإن محور المنافسة ومناطقها، هو حظر الأفعال والممارسات التي من شأنها إعاقا التجارة إفساحا لها والعمل بحرية واختيار. فالتشريع الفرنسي مثلا والمتعلق بالمنافسة (المشابه للتشريع الجزائري إلى أبعد الحدود)⁽²⁾ لم يقدم تعريف للمنافسة الحرة، بل قام بوضع الأطر الكفيلة لتنظيمها وترقيتها وحمايتها من الممارسات المنافية للمنافسة والمقيدة لها، والاحتكارات والتمركزات الاقتصادية التي من شأنها عرقلة الدخول إلى السوق والقضاء على بعض الأعوان الاقتصاديين الجدد.

وتبقى المنافسة من منظور القانون العام تفيد الفعل التنافسي الذي أساسه الملكية الخاصة والحرية التجارية والصناعية، والتي تعطي الحق لكل عون اقتصادي في استعمال الوسائل التي يراها مناسبة لجذب الزبائن، كتنوع الإنتاج الفكري والتجاري وإدخال علامة تجارية دون محاولة عرقلة المنافسين أو القضاء عليهم للحصول على أكبر المنافع⁽³⁾.

وهكذا فإن هذه المنافسة لا يمكن أن تتحقق إلا بحظر كل فعل من شأنه إعاقا النشاط الاقتصادي الحر، بالرغم من أن الفرد هو محور النشاط الاقتصادي في هذا النظام وأن التنافس الحر هو الأساس.

إلا أن هذا لا يعني عدم وجود القيود التي تحد أو تنظم من أسلوب ممارسته لهذا النشاط، فيكون تدخل الدولة ضروريا في تجريم أي سلوك لا يتفق والأهداف أو المصالح العليا للدولة⁽⁴⁾ ذلك أن آلية توازن العرض والطلب تتعطل عند المساس بحرية المنافسة وحرية الصناعة والتجارة، بغض النظر عن مصدر هذه الإعاقا سواء العقد أو الاتفاق الذي يبرم طواعية بين المتعاملين الاقتصاديين، فلكل فرد الحق في الاشتغال بأي عمل يرى فيه مصلحته فلكل فرد الحق في الانشغال بأي عمل يرى فيه مصلحته شريطة أن يكون

(1)- محمد محسن النجار، المرجع السابق، ص 40.

(2)- دفاص عدنان، الالتزام بعدم المنافسة، مذكرة الماجستير في الحقوق (تخصص الإصلاحات الاقتصادية)، جامعة جيجل، كلية الحقوق، 2005-2006، ص 01.

(3)- كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 09.

(4)- أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص ص 72-73.

مطابقا للقانون وفق قواعد المنافسة النزيهة التي تضمن حقوق المتنافسين في الحقل الاقتصادي مع السماح بالحرية الاقتصادية والتجارية بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين وفق قواعد المنافسة في السوق.⁽¹⁾

فالمنافسة الحرة من الناحية الاقتصادية في مجمل القول، تقتضي تراحم الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم في نفس السوق بغية الحصول منه على أكبر حصة ممكنة، بتطوير المنتجات وخفض الأسعار مع مراعاة القوانين والأنظمة السائدة.

الفرع الثاني: الأهداف الاجتماعية لحرية المنافسة

فضلا عن الغايات الاقتصادية السابق ذكرها، يهدف قانون المنافسة أيضا إلى تحقيق أهداف اجتماعية وهذه الغايات لن تتحقق إلا إذا تم ضبط السوق.

أولا- تحقيق الأبعاد الاجتماعية:

لا يهدف قانون المنافسة فقط إلى تحقيق الأهداف ذات الصبغة الاقتصادية البحتة فحسب، وإنما يرمي كذلك إلى تحقيق أهداف ذات أبعاد اجتماعية، لأن النواحي الاجتماعية تؤخذ أيضا بعين الاعتبار عند تقدير الاتفاقات والممارسات المقيدة للمنافسة، أي يؤخذ بعين الاعتبار مدى تحسين الشغل وتوفير مناصب العمل.

والملاحظ على قانون المنافسة في هذا السياق هو أن الحظر يرفع عند ما يتعلق الأمر بالمصلحة العامة والتطور الاقتصادي. ويبدو أن المشرع الجزائري استوحى هذه الفكرة من القضاء الأمريكي المعروفة باسم "قاعدة العقل" *"règle de raison"* التي انتقلت إلى أوروبا تحت تسمية "نظرية المنافسة القابلة للممارسة" *la théorie de la concurrence* "praticable"، ومفادها أنه يمكن للسلطات المختصة بتقويم السوق، أن تسمح ببعض الممارسات المحظورة إذا حققت أهدافا اجتماعية⁽²⁾.

ثانيا- تنظيم السوق:

تلعب المنافسة دورا فعالا في المعاملات التجارية، إذ تسهم في زيادة حجم الإنتاج

(1)- كتنو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 09.

(2) Field of application of Algerian competition law to international distribution contracts: (model trade concession contract). (2023). *Law And World*, 9(27), 8-16.

وتحسين الجودة بأسعار تنافسية، واحترام المقاييس العالمية. مما ساعد البحث على أسواق خارج حدود الدولة ومن شأن الأمر رفع قيمة الصادرات وجلب العملة الصعبة ودعم الخزينة العمومية وإنعاش الاقتصاد الوطني.

يتطلب تنظيم السوق توفير بيئة تنافسية نزيهة بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين، عن طريق إقرار ضوابط قانونية صارمة لضمان منافسة عادلة وشفافة، حرية السوق مرتبطة بالالتزام بقواعد وتفادي مختلف الممارسات الماسة بالمنافسة.

يخضع تحديد الأسعار لمبدأ المنافسة بين مختلف الفاعلين في القطاع الاقتصادي، وأي تحكم من طرف جهة واحدة يؤدي إلى مباشرة بالإخلال بتوازن السوق⁽¹⁾.

وعليه، صدر قانون المنافسة لمكافحة مثل هذه الممارسات من خلال تنظيم العلاقات التجارية بين المتعاملين الاقتصاديين في جو تسوده المنافسة الحرة والنزاهة والقضاء على الاتفاقات الأفقية والعمودية والتي من شأنها إعاقة قواعد المنافسة في السوق والتي يتم إثباتها بالاعتماد على مؤشرات تشير إلى هكذا ممارسات أين يسمح للمتضرر منها بالمطالبة بحقوقه وفق الإجراءات المنصوص عليها ضمن قانون المنافسة.

وضمن هذا السياق جاءت تعديلات الأمر 03-03 سنة 2008، حيث جاء في التقرير التكميلي عن مشروع القانون 12-08 المعدل والمتمم للأمر 03-03 أنه تم الاعتماد على التعديلات المؤدية إلى ضبط السوق واحترام قواعد المنافسة وحماية المستهلك⁽²⁾.

المحور الثاني: حماية المستهلك من الآثار السلبية للمنافسة الحرة

المنافسة الحرة في النظام الليبرالي لها إطار قانوني يحمي قواعدها، كما سبق ذكره، فقانون العرض والطلب قد لا يلعب دوره بصفة طبيعية إذا لم توضع آليات لتحديد المعاملات والممارسات المقيدة للمنافسة التي يحظر على المتعاملين الاقتصاديين القيام بها، ذلك أن بعض الأعوان الاقتصاديين قد يقومون بممارسات تهدف إلى مضاعفة قوتهم الاقتصادية في سوق معين قصد الهيمنة عليه، كما قد يهدفون إلى القضاء على منافسيهم،

(1) لغنج مباركة، الضمانات القانونية لحماية المنافسة، مداخله ضمن أعمال الملتقى الوطني حول حماية السوق في ظل أحكام قانون المنافسة المنظم من طرف جامعة الجزائر 1، أكتوبر 2022، ص 06.

(2)- التقرير التكميلي عن مشروع تعديل القانون المعدل والمتمم للأمر 03-03، المؤرخ في 2003/07/19

وبالتالي تنشأ الاحتكارات، مما يفوت على المستهلك، إمكانية الاختيار بين عدة منتوجات أو خدمات. لذا تتدخل الدولة -كسلطة عامة - من أجل حماية النشاطات المهددة بالاحتكارات⁽¹⁾ ويتم ذلك عن طريق تدخل الدولة للمحافظة على المنافسة وتنظيم العلاقة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين.

الفرع الأول: تدخل الدولة للمحافظة على المنافسة

بالرجوع إلى أحكام الأمر المتعلق بالمنافسة نجد أنه ينص على أن المنافسة ترمي إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، وذلك لما توفره له العملية التنافسية من مزايا سواء من حيث السلع أو الأسعار التي تساعد على رفع قدراته الشرائية⁽²⁾. ولتحقيق هذه الأهداف، يجب المحافظة على المنافسة الواقعية وتنظيم الأسعار.

أولاً- المحافظة على المنافسة الواقعية:

لقد صدر قانون المنافسة ليكفل حرية تحديد السعر وفقاً لقوى العرض والطلب، ليحكم المنافسة فيما بين المنتجين والموزعين والمستهلكين⁽³⁾؛ ذلك أن المنافسة تستوجب تعددهم في سوق السلعة الواحدة، وهذا التعدد ضروري حتى يكون هناك عدد كاف من الأشخاص ليتنافسوا في الحصول على أكبر عدد من العملاء، وإلا كنا بصدد احتكار يُمكن صاحبه من التحكم في الأسعار، كما يؤدي هذا التعدد إلى إحداث نوع من التوازن بين قوى العرض والطلب. فضلاً عن ذلك تشترط المنافسة وجود قدر معين من الشفافية في سوق السلعة⁽⁴⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن المنافسة الحرة المقصودة هنا ليست المنافسة الكاملة المجردة بل هي المنافسة الواقعية، التي تستوجب المحافظة على حد أدنى من المنافسة الحرة بين المتعاملين في سوق السلعة أو منتج معين. فهي الأداة التي تسمح لأي متعامل بدخول سوق

(1)- سحوت جيبند، مرجع سابق، ص 2-7.

(2)- كتو محمد الشريف، "حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة"، مجلة إدارة، عدد 23، سنة 2002، ص 53.

(3)- فرج عبد الفتاح فرج، "ظاهرة الاحتكار وعلاجها في طرق حديثة" تم الاطلاع يوم 17 أكتوبر 2024 على الساعة 22:30 على الرابط الآتي : <http://www.egptiongereens.com>

(4)- كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 17.

السلعة بحرية كاملة وإزالة أية عوائق قد تمنع دخوله هذه السوق، بل وعدم السماح للأشخاص الموجودين بالفعل في سوق السلعة من إقامة هذه العوائق حتى لا تقتصر عليهم السوق، وبالتالي لا يكون لهم وضع مميز يمكنهم من فرض أسعار غير حقيقية أو البيع بشروط مجحفة وغير عادلة⁽¹⁾.

وتأسيسا على ذلك فالمنافسة التي يجب حمايتها هي المنافسة الفعلية والعملية المرتبطة بالسوق ارتباطا قويا وفعليا يمكنها أن تلعب دورا فيه، ويلاحظ أنه نظرا لخصائص كل سلعة أو خدمة ونظرا أيضا لبنية العرض والطلب، فإن كل سوق خاص متوفر على قدر معين من المنافسة الممكنة، ولهذا بات من الضروري تحديد السوق الخاص بهذه السلعة أو الخدمة لمعرفة ما إذا كانت الممارسات التي تقوم بها المؤسسات مقيدة للمنافسة أم لا، ثم لا بد من تحديد ما إن كانت الممارسة، الاتفاق أو التعسف في وضعية الهيمنة مثلا، من شأنها أن تقيد المنافسة بصورة محسوسة أو لا، لأن الاتفاق القليل الأهمية الذي يبرم مثلا بين عدد قليل من الأعوان الاقتصاديين أو بين مؤسسات لها حصص ضعيفة في السوق لا يمكنها أن تقيد المنافسة، مما يستوجب بالتالي تحديد الممارسات حالة بحالة وذلك طبقا لفكرة المنافسة الواقعية أو الفعلية.

ثانيا - تنظيم الأسعار:

لقد استعملنا عبارة "تنظيم الأسعار" بدلا من "تحديد الأسعار" المتعارف عليها، تمشيا مع التوجّه الجديد للمشروع الجزائي، وبالتحديد من خلال القانون رقم 10-05 الذي صدر بتاريخ 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للأمر 03-03، حيث ذكر في المادة الخامسة منه على إمكانية أن تحدد هوامش وأسعار السلع عن طريق التنظيم ساري المفعول.

لقد تم التعديل ومنح الدولة سلطات أوسع للتدخل في تحديد الأسعار ويتجلى ذلك في⁽²⁾:
- في قانون 2003 اقتصر تدخل الدولة لتقنين الأسعار على السلع الاستراتيجية لكن في قانون 2010 منح المشروع الحق للدولة أن تتدخل في تحديد هوامش وأسعار السلع

(1)- عبد الرحمن كمال، حول المبادئ القانونية التي تحكم المنافسة ومنع الاحتكار، تم الاطلاع يوم 29 أكتوبر 2024 على الساعة 19:40، من الموقع: <http://www.egptiongereens.com> ص ص 2-1.

(2)- زايدي أمال، محاضرات قانون المنافسة وحماية المستهلك، تم الاطلاع يوم 23 نوفمبر 2024 على الساعة 14:00 على الرابط التالي: http://en.univ-setif2.dz/pluginfile.php/13695/mod_folder/content/

والخدمات أو تسقيفها دون حصره على لسلع والخدمات الاستراتيجية.

- قانون 2003 اشترط أن يتم تحديد الأسعار بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة. في حين في تعديل 2010 اكتفى المشرع باشتراط أن يتم تحديد الأسعار بموجب التنظيم. فيمكن أن تحدد الأسعار بتعليلة أو قرار من وزير التجارة مثلا.

كما أنه في 2010 استبعد النص على استشارة مجلس المنافسة واكتفى بالنص على أن هذا التحديد يتم بناء على اقتراح القطاعات المعنية.

- تضمن قانون 2003 أجلا للحالات الاستثنائية التي قد تقرر فيها الدولة تسقيف الأسعار مثل حالة الاضطراب الشديد للسوق أو الكوارث وهي 6 أشهر، في حين في تعديل 2010 لم يحدد أجل لذلك.

- حدد المشرع في تعديل 2010 الأسباب التي قد يتم الاستناد إليها لتسقيف الأسعار وهي :

تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس في السوق.

مكافحة المضاربة بكل أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

وعليه في 2010 أدرجت في قانون المنافسة أحكاما تسمح – للإدارة – الممثلة في وزارة التجارة والقطاعات المعنية أن تتدخل مباشرة في تحديد الأسعار دون اللجوء إلى مجلس المنافسة رغم أنه الجهاز المكلف بضبط السوق وهذا لا يتلاءم مع سعي الجزائر إلى تكريس مبادئ اقتصاد السوق.

أما أهم ما يلاحظ على الأمر 03-03 في هذا الخصوص هو ان الجزائر تبنت نظام اقتصاد السوق القائم أساسا على مبدأ حرية الأسعار لم يحل دون تدخل الدولة في هذا المجال، إما بطريقة غير مباشرة عن طريق تنظيم قواعد المنافسة وإما بطريقة مباشرة عن طريق تقنين الأسعار سواء في الظروف العادية بالنسبة للسلع والخدمات الاستراتيجية، أو باتخاذ تدابير استثنائية إذا اقتضى الحال، ولا شك أن هذا الازدواج يتمشى مع حداثة توجه الجزائر نحو اقتصاد السوق، كما يحقق مصلحة المستهلك بطبيعة الحال.

الفرع الثاني: تنظيم العلاقة بين أطراف العلاقة التجارية

إن تنظيم هذه العلاقة يقتضي توفير الحماية التشريعية للمستهلك وتنظيم القواعد التي تربط المتعاملين الاقتصاديين بالمستهلكين.

أولاً- توفير الحماية القانونية للمستهلك:

وتشمل ما يلي:

1- حماية تشريعية: ويقصد بالحماية التشريعية، باعتبارها حماية تشريعية فهي تقتصر على سن التشريعات التي تركز الحماية ومن ثم تعد ضماناً لحقوق المستهلك وتعتبر هذه الحماية ذات طابع وقائي حيث تمتد لتشمل كل ما يمكن أن تتأثر به هذه الحماية بالمعنى الواسع، ومنها تنظيم المنافسة بين مختلف الفاعلين الاقتصاديين⁽¹⁾.

وتهدف إلى حماية المستهلك، وهذا الجانب على درجة كبيرة من الأهمية لأن حماية المستهلك لا بد أن يكون لها أسس ثابتة لا تكون ارتجالية أو واقعية لما في ذلك من خطورة على نظام الدولة، ويتنافى مع الغرض الأساسي منها. لذلك تأتي هذه الحماية كنتيجة لمتطلبات طرأت في المجتمع وتحتاج إلى التدخل التشريعي أو الوزاري بهدف وضع الأسس والضوابط التي تمارس على أساسها الحماية الفعالة للمستهلك. وعليه فإن هذه الحماية هي حماية وقائية وذلك بإصدار التشريعات المرتبطة بجودة المنتج وبمواصفاتها بغرض توفير الأمن والسلامة للمستهلك.

2- حماية تطبيقية: ولها مظهران:

- مظهر تنفيذي: وهو الدور تقوم به الإدارة بتحقيق التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تهدف لحماية المستهلك؛ فالإدارة هي الجهة التنفيذية للقواعد القانونية، ولذلك تناط بها هذه المهمة، بالإضافة إلى أنها المسؤولة عن تنفيذ القانون على أرض الواقع والإدارة في مجال حماية المستهلك عليها القيام بدور مراقبة السلع والمواد الغذائية ومراقبة الجودة، وتأمين احترام القوانين.

(1)- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، القاهرة، مصر، 2004، ص 53.

- مظهر قضائي: وهو ممارسة الرقابة عن طريق السلطة القضائية على المخالفين، وتوقيع العقوبات المقررة قانوناً عليهم⁽¹⁾.

إن عدم تطابق العلاقة التجارية بين أطراف العقد التجاري كون المتعامل الاقتصادي هو الطرف القوي في العلاقة مقارنة بنظيره المستهلك نظراً لطبيعة المكانة الاحترافية التي يحتلها تجعل المستهلك في وضعية ضعيفة وهذا ما يستوجب تكريس حماية فعلية له من خلال النصوص القانونية المعدة من طرف المشرع والتي من شأنها ضمان حماية قانونية للمستهلك على اعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التجارية من خلال العمل الرقابي والذي مفاده ضمان التزام المتعامل الاقتصادي بتنفيذ التزاماته اتجاه المستهلك من جهة وضمان تحقيق قواعد تنافسية في السوق على النشاط الاقتصادي من جهة أخرى.

فقانون المنافسة إلى جانب قانون حماية المستهلك لم يتدخل إلا لعدم كفاية القانون المدني- كشرعية عامة - في حماية المستهلك. وترجع عدم كفاية الحماية المدنية لعدة أسباب، لعل من أهمها:

-الحماية المدنية تفترض، من الناحية العملية، وجود عقد بين المنتج أو الموزع وبين المستهلك، فالقانون المدني لا يتوجه بحمايته إلا إلى المتعاقدين من المستهلكين وليس كل المستهلكين.

-القانون المدني لا يكفل سوى حماية محدودة بالقياس إلى الحماية التي يوفرها قانون المنافسة، التي تذهب قواعده إلى أبعد مما تذهب إليه النظرية التقليدية لعيوب الرضا في القانون المدني.

-إن دائرة حرية التعاقد قد انحسرت في الوقت الحاضر تحت ضغط أنظمة الاقتصاد الحديثة، وشيوع اللجوء إلى أنظمة التسعير الجبري والبطاقات التموينية⁽²⁾.

وهنا يجب أن نسجل إخطار مجلس المنافسة التي نص عليها في صلب قانون المنافسة (المادة 35 من الأمر 03-03) الممنوح لجمعيات حماية المستهلك، وبالفعل فإن الهدف من

(1) منيرة بلورغي، حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، 2017، ص 173-174.

(2)- محمد محمد مصباح القاضي، الحماية الجنائية للمستهلك (دراسة مقارنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية)، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 2008، ص 13.

المنافسة هو التأكد من ولاء العملاء وكل أحكام قانون المنافسة تتعلق في آثارها بالمستهلكين ولو كان عن طريق غير مباشر⁽¹⁾ «وبما أن تحدي المنافسة يتمثل في ضمان "زبائن المستهلكين"، فإن أي حكم من أحكام قانون المنافسة يؤثر على المستهلكين من حيث آثاره، على الأقل بصورة غير مباشرة».

ثانيا- تنظيم القواعد التي تربط المتعاملين الاقتصاديين بالمستهلكين:

لا جدال في أن الغرض الأساسي من قوانين تنظيم وحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، هو ضمان المنافسة الحرة بين مختلف الأعوان المتدخلين في السوق المعنية وفق ما نصت عليه المادة 3 من الأمر 03/03 وكذلك حرية دخول للأسواق ومنع أي اتفاقات من شأنها الإضرار بالمنافسة أو الحد منها أو تقييدها.

كما تهدف هذه القوانين إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية ورفاهية مجموع المستهلكين، إذ أن الإضرار بالمنافسة وتقييدها قد يؤدي في النهاية إلى الإضرار بالاقتصاد الوطني، والإخلال بقواعد التوازن بين مصلحة المنتج والمستهلك.

والملاحظ أن أحد الأسباب الرئيسية لتعديل الأمر 03-03 الذي تم مؤخرا بموجب القانون 05-10 هو تنظيم القواعد التي تربط العون الاقتصادي بالمستهلك، حيث أنه – ومع الإبقاء على مبدأ حرية الأسعار كقاعدة عامة-، تم تنظيم هذه القواعد من خلال نص المادة 04 من القانون 05-10 التي تذكر بان تقييد حرية أسعار السلع والخدمات يتم وفقا لآليات قانونية تتمثل في التحديد، التسقيف، التصديق من أجل التحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية ويكون هذا التدخل بصورة انفرادية من الدولة من خلال استعمالها لامتيازات السلطة العامة عن طريق التنظيم لتحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات وتسقيفها، اضافة إلى تدخلها بالاتفاق مع المتعاملين الاقتصاديين لتحديد أسعار السلع والخدمات عن طريق الية التصديق مع احترام تركيبة أسعار السلع والخدمات وذلك لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك والدفاع عن متطلباته الاجتماعية ومنه الحفاظ على القدرة الشرائية للمواطن⁽²⁾.

(1)- كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 279.

(2)- انظر المادة 04 من القانون 05-10، مرجع سابق.

وفضلا عن ذلك، فمن المعلوم أنه من نتائج المنافسة بين المؤسسات المختلفة، محاولة كل واحدة تقديم أفضل ما لديها من منتج أو خدمة سواء من حيث الجودة أو من حيث السعر، الأمر الذي يجعل المنافسة ضرورة لا غنى عنها لتفعيل النشاط الاقتصادي، وهو ما يؤدي بدوره إلى استفادة المستهلك منها.

ورغم ذلك فإن مسألة أو أمر الصمود في وجه المنافسة، يقتضي من المؤسسات بذل مجهودات متواصلة، من هنا تأتي محاولة بعض المؤسسات تعطيل عمل قواعد المنافسة- الشيء الذي ينعكس سلبا على المستهلك-الأمر الذي اقتضى تدخل الدولة من لوضع قواعد من شأنها المحافظة على حرية المنافسة، تتمثل في التزام حقيقي بالمنافسة⁽¹⁾.

وهكذا يلاحظ أن تحديد تنظيم هذه القواعد بواسطة القانون، يقضي على الخلاف الفقهي حول الأهداف الأولى للمنافسة والتي تتقدم وتعلو على غيرها، لأن من الفقه من يعتبر أن الهدف الأول للمنافسة هو هدف اقتصادي يتمثل في التقدم الاقتصادي le progrès économique ومنهم من يرى أن الهدف هو رفاهية المستهلكين le bien être des consommateurs، ولكن يمكن إزالة هذا التعارض بين الهدفين وذلك عندما نعلم أن الغاية النهائية للتقدم أي هدف اقتصادي مع هدف اجتماعي، كما قد يتعارض هدف اقتصادي بآخر اقتصادي مما يجب دفع هذا التعارض ببيان الهدف الأول بالاتباع⁽²⁾.

خاتمة:

ينصرف قانون المنافسة إلى ضبط العملية التنافسية ككل والمعاملات التجارية بين أطراف العلاقة التجارية.

ومن خلال البت في ترتيب المتطلبات الاقتصادية أو المقتضيات الاجتماعية، نخلص إلى نتيجة مردها، أنه ولكي لا تقع الممارسات المقيدة للمنافسة ذهب المشرعون في العديد من الدول – ومنهم المشرع الجزائري- إلى وضع قانون يسمح للأجهزة الرقابية بالحفاظ على درجة معقولة من المنافسة الحرة، في السوق المعنية دون إفراط يؤدي إلى نوع من الإحجام

(1)- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن: دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص41.

(2)- كتنو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 27.

عن الاستثمار، وفي نفس الوقت دون التفريط في توفير الحماية حتى لا تكون السوق في حالة فوضى مما يعود بضرر على المجتمع.

فالمستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية، بما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع والخدمات، مما يمكنه قانون المنافسة من المطالبة بحقوقه عن طريق جمعيات حماية المستهلك، من خلال رفع الدعاوى أمام المحكمة المختصة بإبطال أي التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بالممارسات المنافية للمنافسة، كما يحق له كذلك المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تلحق بمصالحه، وهذا فضلا عن إمكانية إخطار مجلس المنافسة كلما كان هناك مساس بالمصالح التي تكفل هذا الأخير بحمايتها.

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

الكتب:

1. أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007،
2. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن: دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
3. زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية: (دراسة مقارنة)، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
4. علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للنشر، الجزائر، 2000.
5. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، القاهرة، مصر، 2004.
6. محمد محسن النجار، الضمانات القانونية للعاملين في ضوء الخصخصة، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2000.
7. محمد محمد مصباح القاضي، الحماية الجنائية للمستهلك (دراسة مقارنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية)، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2008.

الرسائل الجامعية:

1. كتو محمد الشريف، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري: دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة دكتوراه دولة في القانون، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق، تيزي وزو، 2004-2005.

2. بوالخضرة نورة، مبدأ المنافسة الحرة في القطاع المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير في القانون الخاص (تخصص الإصلاحات الاقتصادية)، جامعة جيجل، كلية الحقوق، 2005-2006.

3. دفاش عدنان، الالتزام بعدم المنافسة، مذكرة ماجستير في الحقوق (تخصص الإصلاحات الاقتصادية)، جامعة جيجل، كلية الحقوق، 2005-2006.

المجلات والمدخلات العلمية:

1. كتو محمد الشريف، "حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة"، مجلة إدارة، عدد 23، سنة 2006.

2. منيرة بلورغي، حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، 2017، ص ص 173-174.

3. لغنج امباركة، الضمانات القانونية لحماية المنافسة، مداخلة ضمن أعمال الملتقى الوطني حول حماية السوق في ظل أحكام قانون المنافسة المنظم من طرف جامعة الجزائر 1، أكتوبر 2022، ص 06.

النصوص القانونية:

1. قانون 03/09 المؤرخ في 09/02/09، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 15، مؤرخة في 08 مارس 2009.

2. أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19/07/2003، يتعلق بالمنافسة، ج ر العدد 43، الصادر بتاريخ 20/07/2003. المعدل والمتمم بقانون 12/08، الصادر في 25 يونيو 08، المتعلق بالمنافسة، ج ر العدد 36، مؤرخة في 2 يوليو 2008.

3. قانون رقم 05-10 مؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 46 مؤرخة في 18 أوت 2010.

المواقع الالكترونية:

1. الموسوعة العربية العالمية من الموقع <http://www.mawsoha.net> :

2. فرج عبد الفتاح فرج، "ظاهرة الاحتكار وعلاجها في طرق حديثة" تم الاطلاع يوم 17 أكتوبر 2024 على الساعة 22:30 على الرابط الآتي <http://www.egptiongereens.com>
3. عبد الرحمن كمال، حول المبادئ القانونية التي تحكم المنافسة ومنع الاحتكار، تم الاطلاع يوم 29 أكتوبر 2024 على الساعة 19:40، من الموقع: <http://www.egptiongereens.com> ص ص 1-2.
4. زايدي أمال، محاضرات قانون المنافسة وحماية المستهلك، تم الاطلاع يوم 23 نوفمبر 2024 على الساعة 14:00 على الرابط التالي: http://en.univ-setif2.dz/pluginfile.php/13695/mod_folder/content/

المراجع الأجنبية

1. Field of application of Algerian competition law to international distribution contracts: (model trade concession contract). (2023). law and world, 9(27), 8-16.